Les audioguides,
outils de médiation dans les musées

15 Fiches d'aide à la conception

Rapport d'étude
commandité par le Département des Publics de la Direction des Musées de France

Décembre 2002

Sophie Deshayes,
association " Publics en Perspective "

Remerciements

L'auteur tient ici à remercier :

- le Département des publics de la Direction des Musées de France et en particulier, Jean-Pierre Larrieu pour son point de vue expert sur les techniques d'audioguidage, Bernadette Goldstein pour sa confiance renouvelée, la qualité des échanges et le suivi attentif du déroulement de cette étude ;
- les personnels des musées et les prestataires du marché de l'audioguide rencontrés pour leur disponibilité lors des entretiens et leur participation à la collecte des données ;
- Marie-Pierre Béra, chargée des études de publics au Musée d'Art et d'Histoire du Judaïsme, collaboratrice de l'association Publics en Perspective, pour sa participation au travail de terrain, sa contribution à l'analyse par des échanges réguliers et sa relecture avisée aux différentes étapes de rédaction du présent rapport.

Préambule

En continuité avec les travaux d'évaluation précédemment conduits[1], le présent rapport, sous forme de fiches pratiques d'aide à la conception, est issu d'une analyse qualitative des audioguides au musée, comme outils de médiation.

A la demande du Département des Publics de la DMF, la démarche visait à approfondir l'ergonomie des dispositifs, la pertinence des choix technologiques en fonction des objectifs de médiation, le rapport entre les audioguides et les autres supports au musée et, d'une manière générale, l'intégration muséographique de ces outils d'aide à la visite.
La méthodologie de l'étude est fondée sur le repérage et l'analyse d'expériences d'audioguidage significatives au regard des types de contenus, des musées concernés et de la diversité des technologies.

En réponse à cette demande, la première étape de travail a consisté à collecter et synthétiser les informations et les résultats disponibles afin de dégager les premiers axes de réflexions et de questionnements relatifs aux audioguides. Une bibliographie du sujet a été constituée en parallèle de synthèses d'études existantes. Une première grille d'analyse a été élaborée sur la base des résultats disponibles et des principaux aspects à prendre en compte.
Au regard des critères de pertinence de l'étude, la construction d'un échantillon qualitatif s'est opérée par la sélection de cas susceptibles de rendre compte d'un état des lieux qualitatif contrasté.

Dans un second temps, 14 cas d'audioguidage ont été étudiés selon la grille d'analyse construite et réévaluée au grès des observations et des entretiens menés auprès des professionnels des musées et de l'audioguidage. Contextes d'usage, technologies utilisées et type de contenus sonores rencontrés ont fait l'objet d'un rapport d'étude intermédiaire.

[1] Marie-Pierre BÉRA, Sophie DESHAYES, Les audioguides du musée d'Art et d'Histoire du Judaïsme, Paris, et du musée des Arts asiatiques, Nice. Rapport d'analyse, juin 1999 et Rapport d'évaluation, septembre 1999. Publics en Perspective, Direction des Musées de France.

Ce premier rapport concerne :

- Les musées de la ville de Grasse
- Le dispositif Navipass au Grand Palais
- Le Navipass au Musée Château de Versailles
- Le musée d'archéologie de Saint Romain en Gal
- Le musée d'archéologie de Bibracte
- Le cas prospectif de l'usage du téléphone mobile initié au Musée Gadagne de Lyon
- La carte " AlloVisit " pour la visite audioguidée de sites touristiques
- Le musée National d'Art Moderne du Centre Pompidou
- Le musée des Arts asiatiques, à Nice
- Le musée d'art et d'histoire du Judaïsme, à Paris
- Le dispositif « Interpreter », à la Cité des Sciences et de l'Industrie
- Le projet " Navigateur " de la Cité des Sciences et de l'Industrie
- Le parcours sonore de l'exposition temporaire " Ludovica, histoires de Québec " à Bordeaux
- Le parcours sonore l'exposition temporaire " Que ma Joie Demeure ", au Centre Jean Giono de Manosque.

Dans un troisième temps, et à la demande de la Direction des musées de France, de nouveaux cas ont été pris en compte :

- l'audioguide de l'exposition temporaire Berthe Morisot au Palais de Beaux-arts de Lille,
- les développements multimédias en cours au musée du Louvre
- un prototype développé par la société Apple pour le musée d'Art moderne de la Ville de Paris.
-

En parallèle à ces demandes, la mise en œuvre de nouveaux projets d'audioguidage a fait l'objet de suivis de réalisation dont il est possible de rendre compte :

- la conception de l'audioguide des collections permanentes au musée des Beaux-arts de Lyon, avec également une expérimentation d'un appareil multimédia communicant en partenariat avec France Télécom : le mobiguide
- la conception de l'audioguide du Musée d'Ethnographie régionale à Arles.

Suite à ces investigations et à l'issue d'une première analyse des données collectées, 9 musées ont été retenus comme terrains d'observation significatifs.
Pour chacun de ces cas, une enquête qualitative approfondie a été menée :

- soit, sur le fonctionnement de leur audioguide (réalisation effective),
- soit, sur la démarche de conception (projet en cours),
- ou les usages prospectifs des technologies à venir (développements attendus).

Pour chacune des configurations d'audioguidage convoquées, l'analyse experte a été menée sur la base :

- d'une grille d'analyse construite pour rendre compte de la conception, des objectifs de contenu, des publics visés, des coûts de réalisation, du contexte d'utilisation et de la technique retenue (voire : rapport d'étape précédent[2] et annexe du présent rapport).
- d'une grille d'entretien avec les différents responsables, parties prenantes des projets d'audioguidage en interne au musée et auprès des prestataires externes. Ces points de vue ont été confrontés, le cas échéant, à des observations et des entretiens menés auprès des publics utilisateurs et/ou non-utilisateurs de l'audioguide (voir annexe du présent rapport).

[2] Deshayes S., en collaboration avec Marie-Pierre Béra : « Etude sur les audioguides, outils de médiation dans les musées ». Second rapport d'étape. Janvier 2002. Département des publics, DMF.

La première partie du rapport final rend compte de ces études de cas selon le regroupement thématique suivant :

1. Un audioguide pour une ville et ses musées : le cas la ville de Grasse
2. Approche multimédia : le cas du Navipass au musée château de Versailles et au Museon Arlaten
3. L'offre de visite audioguidée au musée Guimet à Paris
4. Les « notices » sonores du Centre National d'Art moderne à Beaubourg.
5. Un audioguide pour une exposition temporaire : la rétrospective Berthe Morisot au musée des Beaux-arts de Lille.
6. Démarches de conception pour la visite des collections permanentes du musée des Beaux-arts de Lyon
7. Les audioguides de demain : développements d'intégration multimédia (Louvre et Cité des Sciences), projet d'adaptation de l'Ipod (musée d'Art moderne de la ville de Paris), perspective d'usage du téléphone mobile (musée Gadagne et ville de Lyon).

La seconde partie de rapport propose une analyse qualitative des investigations menées sur le sujet de l'audioguidage dans les musées : positionnement de l'offre et demande d'audioguide.

Enfin, à visée pratique et synthétique, la présente partie traite, sous forme de fiches, des principales observations et préconisations qu'il est possible de dégager à partir de cet état des lieux qualitatif.

Fiche N° 1 Les différentes fonctions de l'audioguide	Les premiers questionnements concernent les objectifs assignés à l'audioguide, le rôle qu'on entend lui faire jouer auprès des visiteurs

Fonction de traduction ?

L'audioguide a-t-il vocation première à la traduction auprès des publics étrangers ou est-il conçu comme un outil général d'aide à la visite pour tous les publics ?

➔ Quelles sont les différentes nationalités concernées (et les différentes versions à prévoir), la version française est-elle spécifique au public francophone ?

Fonction d'aide à la visite?

L'audioguide a-t-il vocation à constituer un parcours de visite ?

➔ au sein des collections permanentes ?
➔ au sein d'une exposition temporaire ?

L'audioguide a-t-il vocation d'orientation à l'échelle du musée ?

➔ guide au sein de l'architecture intérieure ?
➔ repère des différents espaces de visite
➔ proposition de visite sélective ? A l'échelle d'un département, d'une partie des collections ?

Fonction d'interprétation ?

Les commentaires seront-ils centrés exclusivement sur les œuvres ou objets?

➔ Fonction de « notices sonores » (voir : le cas du MNAM à Beaubourg)

L'architecture du musée mérite-elle d'être commentée ?

Certains passages ; lieux « clés », espaces muséographiques seront-ils commentés ?

➔ organisation du bâtiment,
➔ histoire du monument,
➔ intentions scénographiques, parti pris de conception, etc.
➔ histoire des collections
➔ introduction des différents thèmes, disciplines, périodes historiques, contextes de production ou mouvements esthétiques abordés

Fiche N° 2

Les étapes de mise en place d'un audioguide

Si la plupart des professionnels de musée rencontrés ont tendance à considérer l'audioguide comme un " appareil " d'aide à la visite, l'analyse de leur fonctionnement invite plutôt à le considérer comme un dispositif complexe dont l'appareil ne constitue que la partie la plus visible.

Le dispositif d'audioguidage

Le fonctionnement d'un audioguide dépend tout autant des différentes fonctions de communication que du choix technologique retenu ou de l'ergonomie des appareils.

- ➔ information et accueil,
- ➔ conception du scénario de visite
- ➔ élaboration des contenus
- ➔ signalétique

- ➔ ergonomie
- ➔ fonctionnalités techniques

Réduire l'efficacité de l'audioguide à l'utilisation de l'appareil serait une erreur d'appréciation des enjeux de conception aussi bien sur le plan organisationnel que sur le plan communicationnel

- ➔ équipes nécessairement pluridisciplinaires, collaboration étroite des différents services concernés

Les différentes étapes

1. Définition des objectifs de médiation
   ➔ Public cible, durée de la visite audioguidée, rapport aux autres supports de médiation : voir fiche N° 3
2. Conception du (des) scénarios de visite
   ➔ Voir fiches N°4, 4(1) et 4(2)
3. Choix de la technologie et du prestataire
   ➔ Voir fiches N°5, 5(1), 5(2) et N°14
4. Elaboration des contenus sonores
   ➔ Voir fiches N°7 à 9
5. Suivi de la réalisation
   ➔ Voir fiche N°10
6. Intégration muséographique
   ➔ Distribution des audioguides, signalétique en salle, mobilier spécifique : voir fiches N°11à 13(2)

Fiche N° 3

Définition des objectifs de médiation

Cultivés ou non, les utilisateurs d'audioguide investissent ce support dans une perspective pédagogique : soucieux de tirer parti de la visite au-delà de la simple contemplation des objets, les visiteurs s'attendent ici à une mise à disposition d'informations accessibles au plus grand nombre et ne nécessitant pas de pré-requis

Définition du public cible

Du point de vue du public, l'usage d'un audioguide est destiné à un public cible défini *a priori* comme « profane » sur le thème des collections ou le sujet d'une exposition

- ➔ Tranche d'âge : adultes ou enfants ?
- ➔ Motivations de visite : découverte (primo-visiteurs) et/ou approfondissements (« pour en savoir plus » ?)

Estimation de la durée de la visite audioguidée

- formatée sur le temps moyen de visite observé **?**

➔ Compter une heure d'enregistrement pour une moyenne de 1 heure 30 de visite audioguidée (écoute et libres déambulations)

- formatée pour une visite potentiellement extensive ?

➔ Base de données sonores conçue pour une multiplicité de parcours de visite « à la carte »

Autonomie de la visite audioguidée ou complémentarité avec d'autres supports disponibles en salle ?

Spontanément les utilisateurs chercheront à évaluer le rapport effectif entre les supports pour adopter une stratégie d'usage qui peut varier au cours de la visite

Du point de vue des visiteurs, l'audioguide autorise au minimum l'accessibilité des termes scientifiques inscrits aux cartels

- ➔ Titre des salles ou des espaces muséographiques signalés en salle
- ➔ Titres et textes des cartels
- ➔ Textes affichés sur panneaux ou cimaises
- ➔ Usage de l'audioguide alternatif : économie de la lecture (rapport de redondance) ?
- ➔ Usage de l'audioguide complémentaire : approfondissement ou vulgarisation de certaines notions abordées dans les textes écrits.

Fiche N° 4

Conception du scénario de visite

La mise en place d'un audioguide implique le renoncement à certaines œuvres ou à certains aspects de contenu qui sous-tendent les présentations des collections : il ne s'agit évidemment pas plus de tout commenter que, pour chacune des séquences sélectionnées, de “ tout dire »

Types de scénario observés

Le principe même d'une visite audioguidée repose sur une sélection : aucun des dispositifs identifiés à ce jour ne prétend à l'exhaustivité**.**

Sur le plan des contenus et des logiques de conception qui les sous-tendent, il est possible de distinguer deux grandes “ familles ” d'audioguide selon l'approche convoquée :

1. **Approche “ encyclopédique »** ➔ large choix d'œuvres commentées, représentatives des collections : voir fiche N°4(1)

2. **Approche “ sélective ”** ➔ le choix est significatif, fondé sur une logique propre, un parcours (des objets emblématiques par exemple), un thème fédérateur, un point de vue etc. : voir fiche N°4(2)

Fiche N° 4(1)

Approche encyclopédique

L'audioguide comme support d'interprétation

Dans ce contexte, l'usage de l'audioguide ne constitue pas en soi un fil conducteur : le recours à l'audioguide intervient à l'occasion lorsqu'une œuvre qui retient l'attention du visiteur est commentée (et non l'inverse : parce qu'une œuvre est commentée, elle retient l'attention)

Absence de parcours pré-défini

Au grès de ses déambulations dans les salles du musée, le visiteur consulte les commentaires sonores mis à disposition pour certaines œuvres. Dans ce cas, l'attractivité des œuvres ou des objets est première.

➔ Le cas des notices sonore au Musée national d'art moderne

Constitution d'un fond sonore

La constitution d'un fond sonore conséquent est alors indispensable : le caractère par trop limitatif du dispositif est vécu comme une frustration pour des utilisateurs qui s'attendent à ce qu'un grand nombre d'œuvres ou d'objets soit commenté en réponse à une diversité de demandes possibles, fonctions de leur propre subjectivité.

➔ Une des stratégies privilégiées par la société Espro tend à favoriser la constitution d'une « bibliothèque » sonore conçue comme un « réservoir de contenus » dans lequel l'utilisateur va pouvoir puiser pour se composer une visite audioguidée « à la carte ».

Approche encyclopédique et base de données

Elle doit être suffisamment riche pour autoriser des tris sélectifs débouchant sur une offre de contenus variée répondant à une diversité d'attentes

➔ Sur le plan prospectif, alternatif à la logique de contenus embarqués, l'usage des réseaux et l'accès à distance à des serveurs d'informations multipliera les contenus possibles en autorisant par ailleurs le partage de sources documentaires à terme illimitées

Fiche N° 4(2)

Approche sélective

L'audioguide comme parti pris de visite

L'approche sélective de l'audioguide est fondée sur un parcours de visite pré-déterminé : en tout état de cause, le visiteur doit avoir connaissance du parti pris de visite retenu qui fonde en pertinence la sélection proposée

Prescriptions de parcours par la sélection d'œuvres, d'objets ou d'étapes de visite privilégiées

On admet généralement que la durée moyenne d'une visite s'établit autour de une heure et demie.

- Visite Découverte des collections
- Première approche du musée
- Parcours d'une exposition temporaire etc.

➔ Ce temps moyen de visite varie évidemment d'un établissement à l'autre mais détermine une tendance réaliste sous l'angle des pratiques culturelles d'une grande majorité de visiteurs. A l'exception des passionnés ou des amateurs éclairés qui peuvent y consacrer beaucoup plus de temps avant d'éprouver un sentiment de saturation.

Valeur d'usage de la sélection

Dans le temps souvent compté de sa présence au musée, le visiteur peut inférer la valeur accordée aux œuvres représentées par les choix opérés pour l'audioguidage. Il peut alors s'y référer comme critère pertinent de visite et éventuellement décider de consacrer des arrêts aux objets repérés comme “ les plus remarquables ” ou aux œuvres qu'il ne faudrait pas manquer.

➔ En ce sens, l'usage de l'audioguide sert d'indice et peut s'apparenter à un “ conseil de visite ” implicite pour une vue générale d'ensemble des collections

Propositions de parcours thématique

Le parcours audioguidé peut s'affranchir de l'organisation muséographique en proposant une sélection thématique

➔ Par le bais d'un sujet traité de manière transversale

➔ Par approche disciplinaire

Par l'accompagnement d'un point de vue, celui d'un architecte, d'un artiste etc. …

Fiche N° 5

Choix technologiques

Plusieurs types d'appareils d'audioguidage sont actuellement en service dans les musées mais au-delà de la diversité des modèles rencontrés selon le prestataire diffuseur, deux grandes catégories technologiques sont représentées. Toutefois, certaines expérimentations préfigurent déjà les « audioguides de demain » avec des dispositifs technologiques hybrides et, à terme, l'avènement de supports d'aide à la visite « nouvelle génération »

Les technologies actuelles

➔ Voir fiche 5(1)

On peut distinguer deux grandes catégories technologiques selon que les appareils exploitent les opportunités de guidage par infra rouge ou les opportunités de stockage numérique. Ces deux options technologiques impliquent des modes d'usage différents et doivent donc être examinées à la lumière des objectifs de conception souhaités

Les « audioguides » de demain

➔ Voir fiche 5(2)

Poussée par le développement de l'informatique embarquée et/ou de la téléphonie mobile, les technologies d'audioguide sont en passe d'être renouvelées dans un avenir proche.

Fiche 5(1) **Technologies actuelles**	**Les systèmes exploitant les technologies infra rouge sont en passe de disparaître au musée, supplantés par l'avènement des technologies numériques**

Les versions infra rouge

L'accès aux commentaires est automatique : un système de capteurs détecte la présence du visiteur dans une zone et déclenche la séquence sonore correspondante.

L'utilisateur n'a pas le choix des séquences qu'il souhaite écouter : elles s'imposent à lui en fonction de ses déplacements dans l'espace

➔ C'est le cas à la Cité de la Musique, aux musées d'archéologie de Saint Romain en Galle et de Bibracte

➔ C'était le cas pour l'exposition temporaire : « La douleur , au delà des maux » présentée à la Cité des Sciences où de manière inédite un narrateur fictif incarnant la douleur accompagnait le visiteur tout au long de la visite …

Avant l'avènement du numérique, alternatif aux anciens systèmes à « cassettes » très limités, le recours à l'infra-rouge au musée pouvait être privilégié pour l'opportunité de traduction synchrone de certains audiovisuels.

➔ Cette technologie peut encore se justifier pour des scénarii de visite fondés sur une trame narrative, une ambiance, que le visiteur devrait suivre de manière continue pour saisir la cohérence. Le propos est conçu autour de séquences interdépendantes

Les versions numériques

La plupart des dispositifs actuels exploite les technologies numériques qui permettent l'accès séquentiel à des contenus embarqués (stockés dans l'appareil sur disque ou carte flash)

➔ l'utilisateur choisit librement les séquences enregistrées qu'il souhaite écouter (usage facultatif) Les commentaires doivent être alors indépendants les uns des autres, même s'il est possible d'en désigner certains comme plus importants que d'autres (code signalétique).

Une nouvelle génération d'audioguides a vu le jour avec le recours aux technologies multimédia (son et image fixes et -sous réserves de performances techniques - images animées)

➔ Le dispositif Navipass de la société Sycomore utilise les technologies de l'informatique embarquée : Pocket Pc. (mis en place depuis janvier 2002 au musée Château de Versailles, en cours de conception au Museon Arlaten)

Fiche N° 5(2)

Les audioguides « de demain »

En termes prospectifs, les technologies issues de la téléphonie mobile et /ou de la micro informatique communicante constituent une alternative aux contenus embarqués limités et offriront, à terme, de nouvelles fonctionnalités d'aide à la visite

Accès à des bases de données centralisées

Les systèmes technologiques actuels exploitent les opportunités de stockages numériques des appareils : l'usage des réseaux de télécommunication permet de multiplier l'offre de contenus, centralisée sur des serveurs d'information multimédia.

En terme prospectif, l'usage de l'audioguide devrait être renouvelé par l'avènement des technologies « nomades » conçues comme des dispositifs d'accès à distance (micro-ordinateur communicant et/ou usage de la téléphonie mobile)

➔ Le dispositif Mobiguide expérimenté par France Télécom au Musée des Beaux-arts de Lyon exploite le même type de dispositif que le Navipass (Pocket Pc) doté d'une extension de communication à distance.

Développements attendus de l'UMTS

➔ Projet « TourOphone » à Lyon

Offre de services personnalisés

Accès à des serveurs de données dynamiques : mises à jour en temps réel, réponses personnalisées en fonction du profil de l'utilisateur et de l'historique de la consultation.

➔ Cim@ise : développement Internet au Musée du Louvre
Portail multi accès : plate forme de ressources JAVA, J2EE, XML.
Gestion de la relation client basée sur une approche externe (e-CRM)

Systèmes d'informations contextuelles : localisation du visiteur dans l'espace et transmission d'informations correspondant à sa position relative (protocole réseau WI-FI et à terme, nouveaux standard de télécommunication)

➔ « Navigateur » : Cité des Sciences et de l'Industrie.
Service d'accompagnement et de suivi personnalisé des visiteurs
Bornes multimédia en réseau (intranet, Internet), carte à puce, messagerie électronique, création de sites web personnalisés consultables à domicile.
A terme, usage d'un PDA communiquant (visiteurs/institutions et visiteurs/visiteurs)

Fiche N° 6

Ergonomie des appareils

L'ergonomie des appareils détermine des conditions d'utilisation à prendre en compte selon les partis pris de conception et les différents objectifs assignés à l'audioguide

Commodités d'écoute

On distingue deux commodités d'écoute différentes :

- l'utilisation d'un casque périphérique
- le recours à un écouteur intégré à l'appareil dans le cas des dispositifs pris en main et momentanément posés à l'oreille.

➔ A l'usage, les appareils pris en main peuvent se révéler plus adaptés aux attentes des visiteurs qui recherchent l'isolement momentané (le temps d'une écoute) sans rupture radicale avec l'environnement ambiant, en particulier avec la présence d'autres visiteurs et à fortiori des proches dans le cas des visites collectives.
Leur manipulation peut cependant gêner les mouvements (encombrement de la main) ou la prise de note, le cas échant, et les performances sonores de tels dispositifs monophoniques sont de fait limitées.

Portabilité

Les appareils doivent être légers, ils sont le plus souvent remis aux visiteurs dans une housse de protection qui doit prévoir une lanière pour être facilement portés

➔ Une lanière large susceptible d'être portée à l'épaule ou autour du cou sera préférée à un simple bracelet qui autorise moins de flexibilité à l'usage.

Performances sonores

La plupart des dispositifs actuels offrent un son de qualité numérique satisfaisant dans le cadre des usages observés au musée.

➔ Projet d'adaptation de l'Ipod (Apple) : la version Imuseun de ce baladeur « nouvelle génération » commercialisé à destination des amateurs de musiques (téléchargement au format Mp3 sur le WEB) mise sur des performances sonores accrues et un potentiel de télé transmission importante et rapide.

Fiche N° 7

Choix des contenus

La spécificité du média audio est déterminante : les contenus d'un audioguide ne sauraient s'apparenter à ceux d'un support écrit

Etapes d'élaboration des contenus

1. Constitution d'une équipe pluridisciplinaire

   L'organisation du travail doit être planifiée suivant une méthodologie de projet précise.
   La réalisation d'un audioguide prendra en moyenne entre 3 et six mois selon les ressources disponibles et le type de collaboration contractée avec les prestataires extérieurs.

➔ Le « qui fait quoi » ? : Une étroite collaboration entre les différents services concernés est indispensable : conservation, accueil, animation et/ou service culturel (visites guidée)

➔ Une mission de coordination doit prévoir l'affection d'un poste à un plein temps pendant 3 mois (dans l'idéal : 1 mi-temps pendant 6 mois !)

➔ La sélection doit être structurée par l'espace muséographique et tenir compte de l'attractivité visuelle des présentations.

2. Analyse de la situation de visite dans les espaces muséographiques

   Le travail des animateurs médiateurs et/ou des guides conférenciers méritent d'être capitalisé au bénéfice de l'expérience de visite

3. Écriture du story bord : les étapes de la visite audioguidée

   - Choix scientifiques qui justifient des temps d'arrêt
   - Éléments d'appel et objets de questionnement observés au cours des interactions conduites en face publics

➔ liste sélective constituée sur la base de séquences audio estimée à 2 minutes en moyenne :
- points d'ancrage : choix des espaces, lieux, passages, éléments de l'architecture à commenter
- œuvres ou objets de la collection à commenter

Fiche N° 8

Textes de référence

Les textes destinés à l'audioguide sont spécifiques : l'écueil d'une réplique de sources écrites est à éviter, l'approche scientifique à proscrire. Ce sont des textes de médiation qui gagnent à être pris en charge par des professionnels de ce domaine (compétences pédagogiques du service culturel du musée et/ou réécriture confiée au prestataire si celui-ci dispose de ressources propres)

Collecte et analyse de la documentation disponible

➔ Prise en compte du lien possible avec d'autres textes accessibles en salle : titres de la signalétique générale, cartels, panneaux ou fiches en salle

Rédaction d'une première version des textes de référence

➔ Voir fiches N°8(1) et 8(2) : Structuration et nature des contenus.

Les règles de la transposition didactique des savoirs scientifiques et, d'une manière générale, le souci de la vulgarisation doivent être tenus pour ne pas décourager les velléités d'appropriation du public qui doit se sentir destinataire des messages, à l'opposé d'une approche réservée aux connaisseurs

➔ Le registre de communication ne doit pas s'apparenter à du vocabulaire de spécialistes, les termes savants, non utilisés dans la langue courante ou peu familiers *a priori* de la majorité des visiteurs, doivent être proscrits ou, si nécessaire, traduits par le recours aux périphrases

Test des contenus proposés en situation de visite

A l'usage, l'audioguide doit permettre au visiteur de trouver des éléments de réponse sur ce qu'il voit.

Le commentaire doit se rapporter à un objet immédiatement visible, lisible dans l'espace muséographique ou dans le détail d'une présentation à laquelle il fait directement référence.

➔ Voir ce qui est dit

Ce qui se voit doit être abordé dans le texte, en particulier certains aspects qui sautent aux yeux, quand bien même l'information serait moins fondamentale sur le plan scientifique.

➔ Dire ce que l'on voit

Fiche N° 8(1)

Structuration des contenus — Rédaction des textes

1. Hiérarchisation des informations

Dégager des niveaux de commentaires correspondant à des registres homogènes facilitant le repérage d'une structuration systématique

- ➔ Contenus principaux,
- ➔ Contenus secondaires (éventuellement facultatifs)
- ➔ Les « pour en savoir plus » : optionnels

2. Structure d'un commentaire :

- Respecter le niveau de commentaire et le type de contenu correspondant

Les utilisateurs doivent pouvoir mettre en place des stratégies d'usage en fonction de l'identification claire des différents genres de commentaires proposés

➔ Il est compliqué d'anticiper qu'un commentaire tantôt commente une œuvre tantôt ouvre sur un concept, une vitrine, un parti-pris de conception muséographique, etc.

- Tendre vers une organisation systématique des contenus

Il est important de dégager une architecture de commentaires, suffisamment répétitive pour que les visiteurs puissent anticiper sur leur type de contenu...

➔ Par exemple, dans un schéma de visite sélective, débuter par le statut de l'œuvre (sa singularité / sa représentativité, son sens), puis ouvrir sur son contexte / sa technique de fabrication /son auteur, enfin terminer par sa lecture formelle.

Fiche N° 8(2)

Nature des contenus

Rédaction des textes

Eléments d'orientation

Les visiteurs ne doivent pas se perdrent en repérages.

Les éléments d'orientation doivent être définis en situation de visite et ancrés dans l'espace à partir d'éléments de repères visuels susceptibles de structurer le parcours et de guider précisément le regard

➔ L'usage des points cardinaux est déconseillé, privilégier des éléments visuels dans l'espace, des repères fort de l'organisation spatiale.

➔ Une attention particulière est à accorder aux consignes de déplacement du regard (ex : à gauche en entrant, sur votre droite face à l'escalier etc. …)

Registre informatif

Contexte historique, sens d'une représentation (une scène par ex, des symboles), usage d'un objet, démarche d'un artiste, intention conceptuelle s'il y a lieu, hypothèses scientifiques et/ou sources de questionnement possibles …

➔ L'approche descriptive (d'une composition par exemple, de la facture d'une œuvre, de son organisation formelle) doit être argumentée :: la mention de certains détails doit apporter un supplément de sens (et non pas seulement dire ce que l'on voit).

Registre évocateur

Extraits littéraires, autres références hors musée, citations (à utiliser avec parcimonie pour ne pas sur valoriser le discours « savant »), musiques d'ambiance etc.

➔ Les extraits musicaux sont appréciés des visiteurs ; ils ménagent des pauses à l'écoute et, propices à la rêverie, certains passages musicaux peuvent à l'occasion, réhabiliter la libre déambulation promenade au musée ou au sein de certaines salles …

Fiche N° 9

Transposition sonore

Les textes de référence devront encore être retravaillés en vue de leur transposition sonore qui implique un format d'enregistrement par séquence et un style propre à l'oralité

Réécriture et validation scientifique des textes de référence

➔ Privilégier le style direct, implication, opter pour des phrases courtes, percutantes à l'oral, utiliser le plus possible les formes verbales du présent ou du passé composé

Formatage des séquences à enregistrer

L'impact de l'écoute sur la réception, n'est pas réductible au seul format des commentaires : le sentiment de longueur, de redondance, la perte d'attention ou le décrochage auditif est autant lié à la nature des contenus, et à leur mise en forme qu'à la durée absolue des enregistrements.
Toutes fois, il est possible de tenir compte d'un seuil psychologique de saturation au-delà d'une moyenne de 2 minutes par séquence et d'un seuil de frustration possible en deçà de 1 minute d'enregistrement

➔ La plupart des prestataires du marché de l'audioguidage préconise une moyenne de 200 mots par séquence (environ 1000 signes) ou la fourchette suivante : entre 150 et 300 mots (soit de 750 à 2100 signes environ).

Test d'une maquette audio

Retour en salle : valider la praticabilité du parcours et la pertinence des indications spatiales, s'assurer de la visibilité des détails et de la prise en compte d'éléments qui saute aux yeux

➔ Le recours au support de type mini disque permet de mener une évaluation formative des séquences enregistrées auprès d'un petit échantillon de visiteurs, suivie le cas échéant d'intervention de remédiation

Fiche N° 10

Suivi de réalisation

La réalisation sonore est confiée à un prestataire extérieur : la plupart des fournisseurs d'audioguide la prennent en charge, un intermédiaire professionnel de l'audiovisuel peut également intervenir à la demande du musée (studio d'enregistrements, prestataire radiophonique etc. …)

Transmission des textes de référence hiérarchisés et pré-formatés

Analyse du retour : coupe/ reformatage de la durée des commentaires, prise en compte éventuelle des consignes du prestataires

- ➔ Validation définitive et relecture en interne des traductions en langues étrangères : bon pour accord en vue des enregistrements

Choix des voix et enregistrements en studio

Les séquences doivent être enregistrées par des comédiens professionnels : le casting effectué par le prestataire doit être validé avant les enregistrements définitifs

- ➔ la présence d'un responsable du musée en studio est souhaitable pour veiller à la bonne prononciation de certains termes

Validation des illustrations sonores

- ➔ Mixage et montage du programme sonore : musiques, bruitages, son d'ambiance

Validation définitive de la version pilote en français en vue de l'adaptation et intégration des langues étrangères

Fiche N° 11

Intégration muséographique

L’intégration de l’audioguide au musée suppose des aménagements spécifiques :
le fonctionnement d’un audioguide dépend largement de l’efficacité de sa signalétique en salle et de la qualité de l’accueil au musée

Accueil au musée

- Affichage et communication en billetterie :

L’information concernant l’audioguide devraient être dispensées oralement, au même titre que la possibilité de suivre une visite guidée par un conférencier le cas échant..

➔ **Dispositif d’information et de promotion de l’audioguide, délivrance du mode d’emploi : voir fiche N°12**

- Aménagement d’un comptoir dédié à l’audioguide

Installation des racks de rangement des appareils avec système de rechargement des batteries

Mise à disposition d’un plan d’accompagnement de la visite audioguidée

Aménagements muséographiques en salle

- Confort de la visite audioguidée

L’usage de l’audiouiguide favorise le recours aux bancs
Intégration opportune d’un mobilier spécifique permettant au visiteur de s’asseoir

➔ L’écoute permet d’assurer la continuité de l’activité de visite tandis que les non-utilisateurs ont davantage le sentiment de perdre du temps de visite pour se reposer

- la signalétique de l’audioguide en salle

➔ **Voir fiches N°13, 13(1),13(2)**

Elle doit être pensée et intégrée -très en amont- à la signalétique générale

Fiche N° 12

Dispositif d'information et de promotion de l'audioguide

Qu'il soit payant ou, a fortiori compris dans le prix du billet, la pénétration d'un audioguide (location ou emprunt) dépend de sa promotion : la visibilité du dispositif détermine pour partie les comportements d'usage et de toute évidence, celle ci doit être pensée en terme de communication à destination des publics

Information des publics à distance

Communication à l'attention des visiteurs potentiels susceptibles de découvrir l'offre institutionnelle et les différents services d'aide à la visite proposés

➔ La consultation des sites web des musées peut fournir un bon indicateur du positionnement de l'audioguide

Information des visiteurs sur place au musée

Spontanément, les publics auront tendance à se diriger vers le comptoir de la billetterie et ce sont souvent les agents d'accueil qui s'y trouvent qui joueront le rôle de prescripteurs.

➔ Affichage et communication en billetterie.

➔ Dans l'idéal, ce sont les agents d'accueil qui sont le mieux placés pour informer les publics de l'opportunité d'une visite audioguidée

Accueil et médiation au comptoir de remise de l'audioguide

Les agents d'accueil au comptoir doivent préalablement être formés à l'usage de l'audioguide.
La plupart des systèmes prévoient un premier message explicitant le mode d'emploi. A l'usage pourtant, il peut être déroutant de se voir contraint de recourir à la « machine sans autre information orale susceptible de faciliter le premier contact avec l'outil.

➔ **Du mode d'emploi …**
… au mode d'usage : discours d'accompagnement pour un meilleur usage de l'audioguide

- le cas échéant : positionnement et consigne d'usage parmi d'autres supports offerts au public en salle (le lien avec les fiches de salles, introductives par exemple)
- tactiles utiles pour permettre la mise en place de stratégies de visite avec l'audioguide.

Fiche N° 13

Signalétique de l'audioguide

La question de la signalétique dépend du choix technologique retenu : avec la plus part des versions numériques “ à clavier ”, les utilisateurs composent des numéros qui doivent être signalés en salle, tandis que le fonctionnent par infa-rouge suppose le déclenchement des commentaires sans action de la part des visiteurs

Signaler la présence d'un commentaire sonore et son mode d'accès

- Repérage du symbole associé à l'audioguide
- Composition d'un numéro d'appel

Respecter des principes systématiques

La commodité d'usage de l'audioguide suppose la cohérence des principes signalétiques. Comme tout code de communication visuelle, l'efficacité de la signalétique passe par le respect rigoureux du principe de la systématique.

Fonctionnalité ergonomique et signalétique

Certains appareils sont dotés de petits écrans d'affichage qui inscrivent le titre de la séquence écoutée se référant à un ou plusieurs éléments de présentation des collections. L'identification de “ ce dont il est question ” peut ainsi servir de guide pour repérer les objets commentés ou s'assurer du lien effectif entre ce qui est vu, en situation, et l'objet du message audio.

➔ L'arrivée de technologies multimédia peut également évacuer la question de la signalétique : les images à l'écran (reproduction des œuvres) signalent au visiteur la présence de commentaires et dispensent de conception d'un code graphique en salle

➔ La systématique doit prévaloir :
- pour le principe de visibilité du code : **voir fiche N°13(1**)
- et le principe d'accès aux différents commentaires : **voir fiche N°13(2)**

➔ La fonction signalétique de l'affichage d'un titre gagnerait à être divulguée au visiteur comme mode d'emploi. Le cas échéant, il serait intéressant d'observer le rapport de complémentarité qui s'établit à l'usage avec la signalétique en salle : les visiteurs pouvant alors potentiellement se référer au titre affiché à l'écran de l'audioguide comme substitut à la lecture des étiquettes qui désignent les œuvres sur les cartels ou en réassurance.

Fiche N° 13(1)

Visibilité du code signalétique

La visibilité de la signalétique est évidemment primordiale : les visiteurs ne devraient pas trop avoir à la chercher : les aménagements doivent être adaptés en fonction des espaces, de l'accrochage et de la disposition des œuvres. La signalétique de l'audioguide doit réserver un emplacement judicieux au pictogramme de l'audioguide

Choix du code signalétique de l'audio guide

La lisibilité de la signalétique passe par les exigences de règles graphiques : simplicité et efficacité des symboles

➔ Eviter l'écueil d'un le pictogramme représentant un casque quand l'audioguide est un appareil pris en main qui se pose à l'oreille …

Positionnement du pictogramme repère

Le pictogramme, gagne à être signalé de la même manière, aux mêmes endroits pour une logique d'usage fondée sur l'anticipation intuitive

Les premières étapes de la visite audioguidée sont déterminantes : les visiteurs s'initient à l'usage

➔ Les visiteurs doivent immédiatement repérer le pictogramme à l'entrée d'une salle, si certains commentaires sont introductifs, et/ou associé aux objets de la collection commentés.

Intégration à la signalétique générale de la muséographie

➔ Les numéros de salles peuvent être confondus avec la signalétique destinée à l'usage de l'audioguide. Ce comportement spontané de repérage d'un premier numéro associé au titre d'une salle correspond bien aux attentes et aux besoins d'introduction du public.

Fiche N° 13(2)

Principes d'accès aux différents commentaires

A tout commentaire correspond systématiquement un accrochage en salle du code signalétique correspondant. Les codes attribués aux commentaires doivent ménager différents niveaux de contenus : commentaires de base ou" pour en savoir plus. De nature complémentaire ou annexe sur une thématique, les « pour en savoir plus » doivent être immédiatement accessibles au visiteur et être signalés en tant que tels

Présence systématique du code signalétique

Eviter l'écueil de l'absence de code affiché pour certains séquences, introductive à l'usage de l'audioguide : message d'accueil et de bienvenue, initiation aux principes d'organisation des contenus etc. …

➔ Quand certains messages ne sont pas du tout signalés au visiteur (pas de repère signalétique correspondant) leur accessibilité dépend entièrement de la " qualité " de la médiation humaine et des consignes délivrées au visiteur à la remise de l'audioguide (absence de garantie, en particulier en période de forte fréquentation)

Systématique des modes d'accès aux commentaires :

Le libre accès aux commentaires doit permettre au visiteur de choisir « en connaissance de cause » et éventuellement d'opter une stratégie de visite audioguidée sélective

En complément de la signalétique en salle, certains musées remettent au visiteur un guide papier où figurent les numéros correspondant aux commentaires de l'audioguide. Une numérotation spécifique pour des contenus de second niveau proposés comme " ressources " d'informations sonores complémentaires et/ou thématique peut y apparaître –en clair.

➔ Les codes attribués aux commentaires généraux, introductifs ou thématique, devraient apparaître clairement comme une " famille " de contenus accessibles de la même manière : type de numérotation, emplacements, éventuellement même code couleur etc.

➔ Proscrire l'accès aux commentaires de second niveau comme tributaire d'une écoute préalable - nécessairement aléatoire quand les visiteurs n'écoutent pas chacun des commentaires
Au musée Guimet, les commentaires " pour en savoir plus "sur l'Hindouisme, le Bouddhisme etc. sont « cachés » au visiteur : ils ne sont pas signalés en salle mais seulement à l'oral, à l'issu de l'écoute des certaines séquences enregistrées pour certaines œuvres.

Fiche N° 14

Contacts

Cette liste n'est évidemment pas exhaustive : elle correspond aux principaux acteurs observés dans le cadre de cette étude, d'autres références sont notamment disponibles dans l'annuaire des Fournisseurs de musées, édité par l'OCIM, Dijon : 2002

Professionnels de l'audioguidage

- **Antenna Audio**
  Modèle Gallery Guide
  Musée du Louvre,
  Musée des Beaux-arts de Lyon

  ➔ Contact France : IP DIFFUSION
  12 rue Molière 92500 Ruel-Malmaison
  Tél : 01 47 51 60 06

- **Espro**
  Modèle ExSite, MyGuide
  Musée national d'art moderne, Beaubourg
  Musée Guimet, Paris

  ➔ Contact France : Mme MYARA
  133 rue Saint Honoré 75001 Paris
  Tél : 01 42 60 69 68

- **RSF**
  Modèle PortaDAP
  Musées d'archéologie Saint Romain en Gal et de Bibracte

  ➔ Contact : Serge FERNANDEZ
  Parc de la Plaine, 45 av. Marcel Dassault
  35100 Toulouse
  Tél : 05 61 20 79 09

- **Sycomore**
  Modèle GuideMan (Ophrys System),
  Cité des Sciences, Paris,
  Musée des Arts asiatiques, Nice
  Modèle Navipass
  Musée Château de Versailles
  Museon Arlaten, Arles

  ➔ Contact : Jean-Yves BOUTISSEAU
  2, rue Louis Armand PB 106, 95604
  Eaubonne Cedex
  Tél : 01 34 06 18 70

Visite touristique audioguidée

- **Système AlloVist**
  Audioguide de sites et Monuments sur téléphone mobile
  Notre Dame de la Garde à Marseille,
  Montmartre à Paris

  ➔ Contact : Yann LE FICHANT
  Voxinthebox
  Marseille Innovation, Friche de la Belle de Mai, rue Guibal 13003 Marseille
  Tél. : 04 95 04 95 32

- **Intersigne Méditerranée**
  Lecteur de CDrom
  Visite du centre historique et des musées de la ville de Grasse

  ➔ Contact : Intersigne Méditerranée
  23, av. du Tapis Vert 06220 Vallauris
  Tél. : 04 92 95 18 83

Fiche N° 14

Contacts (suite)

Acteurs de la Prospective technologiques

Personnes rencontrées dans le cadre du volet d'étude « les audioguides de demain »

- **@Cité**
  Système « TourOphone »
  Projet d'usage du téléphone mobile à Lyon

  ➔ Contact : Mr Philippe CHARLOT
  73 Avenue de la Poterie 69 000 Lyon
  tél. : 06 07 40 77 80

- **France Télécom**
  Expérimentation du Mobiguide
  Usage mixte pocket Pc et réseau de téléphonie mobile

  ➔ Contact : Christina LECOQ
  France Telecom R&D
  4, rue du Clos Courtel BP 91226 35512 Cesson-Sévigné
  tél. : 02 99 12 42 48

- **Cité des Sciences et de l'Industrie**
  Offre de services personnalisés « Navigateur »
  Plate forme multimédia et usage du réseau Internet

  ➔ Contact : Mr Roland TOPALIAN
  Direction de la Production Multimédia, CSI,
  30 av. Corentin Carriou 75019 PARIS
  tél. : 01 40 05 79 25

- **Musée du Louvre**
  Projet Cim@ise : développement du site Internet

  ➔ Contact : Catherine JACQUES
  Responsable Internet
  75058 Paris Cedex 01
  tél. : 01 40 20 51 07

- **Apple France**
  Adaptation de l'appareil Ipod

  ➔ Contact : Philippe ASTIER
  Apple France / Secteur Education
  12 Ave d'Océanie ZA de Courtaboeuf 3
  91956 Les Ulis Cedex
  Tél. : 01 69 86 32 18

Fiche N° 15

Bibliographie sélective

Articles

- **Sophie DESHAYES, L'audioguide, outil de médiation au musée,** La Lettre de l'OCIM N°79, Janvier-février 2002**.**
- **Sophie DESHAYES, Interprétation du statut d'un audioguide,** in Etudes de Communication, Presse de l'Université Charles De Gaulle - Lille III.4ème trimestre 2001**.**
- **Jean-Marcel HUMBERT, L'audioguidage : les aides à la visite par appareils portatifs,** in Cahiers d'études de l'AVICOM N°5, 1998.
- **Hélène LAMARCHE, "L'audioguide, comme rapport à la visite d'exposition",** in *L'écrit dans le média exposition,* Société des musées québécois, 1993.
- **Marcel MAYER, "La communication par le son dans les musées et les expositions",** *La lettre de l'OCIM* n°4, 1989**.**
- **Michel NADEAU, "L'audioguide",** in *MUSE*, 1989**.**

Etudes et évaluations d'audioguides

- **ACANTHES,** ***L'audioguide pendant l'exposition " les années cubistes ",*** Musée d'art moderne Lille Métropole. Rapport global,1999.
- **Marie-Pierre BÉRA, Sophie DESHAYES,** ***Les audioguides du musée d'Art et d'Histoire du Judaïsme, Paris, et du musée des Arts asiatiques, Nice.***

  Rapport d'analyse, juin 1999 et *Rapport d'évaluation*, Publics en Perspective, Direction des Musées de France, septembre 1999**.**.
- **Aurélie DABLANC,** ***Enquête sur l'audioguide de l'exposition Fernand Léger*,** document interne, Observatoire des publics du Centre Georges Pompidou, sept. 1997**.**

Fiche N° 15

Bibliographie sélective

Etudes et évaluations d'audioguides (suite)

- **Sophie DESHAYES, en collaboration avec Marie-Pierre Béra : « Les audioguides, outils de médiation dans les musées ».** Premier rapport d'étape, octobre 2001 ; Second rapport d'étape. Janvier 2002 et « Offre et demande d'audioguide au musée » ; « Etudes de cas qualitatives » in Rapport final, Publics en perspective, Publics en Perspective. Département des publics, DMF, décembre 2003**.**

- Valérie RATTIER, *Évaluation et potentialités du système Acoustiguide,* **enquête dans l'exposition "Emballage", document interne, Cité des Sciences et de l'Industrie, novembre 1995**

Documentation de la Direction des Musées de France

- **Muséofiches :** Equipements audiovisuels/L'audioguide
  En ligne sur le site du Ministère de la culture.

- **Jean-Pierre LARIEU, L'usage des audioguides dans les musées,** rapport interne, Département des Publics, DMF, juin 2000.